

# Эффективность рекламных кампаний

—

Оценка эффективности рекламных кампаний

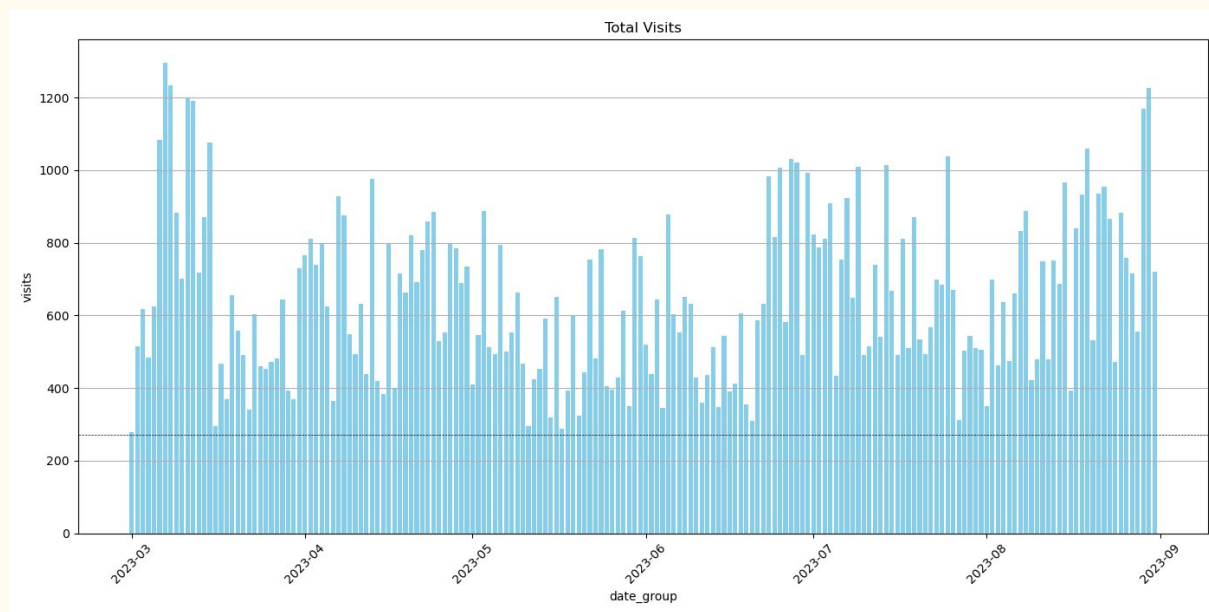
## Описание проекта:

Проект по изучению эффективности рекламных кампании был выполнен по заказу ООО «Онлайн-школа». В ходе исследования были получены следующие результаты:

1. Подсчитано ежедневное количество посещений сайта.
2. Посещения сайта распределены по платформам.
3. Подсчитано ежедневное количество регистраций.
4. Подсчитаны регистрации на сайте по платформам.
5. Подсчитаны ежедневные конверсии и конверсии по платформам.
6. Визиты и регистрации на сайте распределены по рекламным кампаниям.
7. Заключение.

# 1. Ежедневное посещение сайта

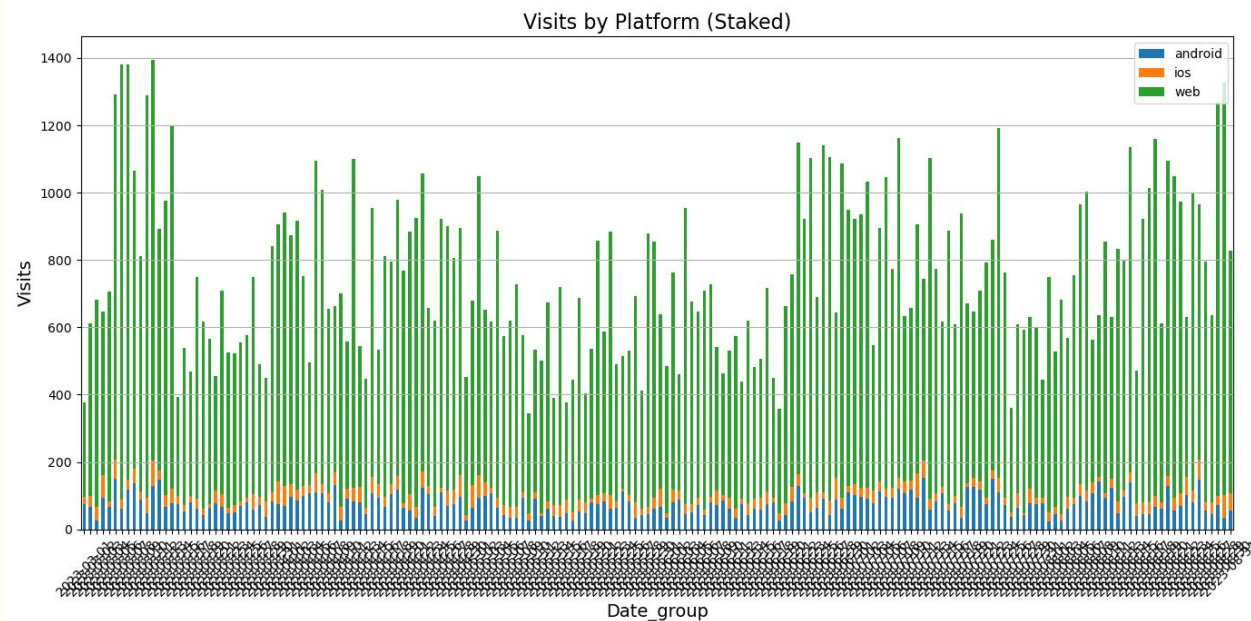
В периоды проведения рекламных акций наблюдается всплеск активности на сайте: в марте, июле и августе. Среднее количество визитов составляет около 300 в день.



## 2. Статистика посещений сайта в зависимости от платформы

Платформы по уровню популярности:

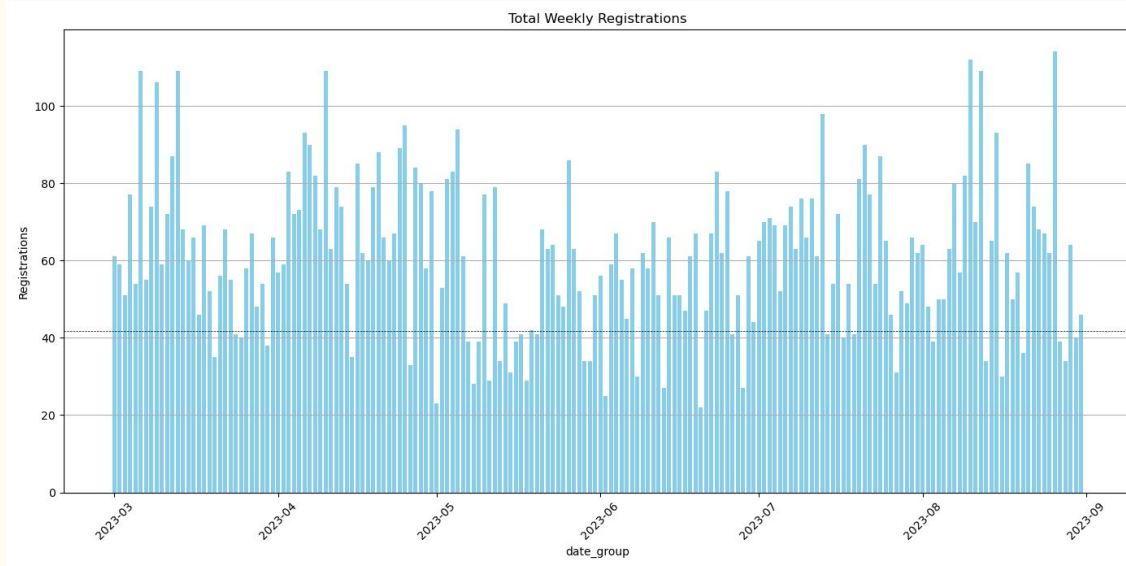
1. Web-платформы
2. Android
3. IOS.



### 3. Ежедневное количество регистраций

Наибольшее количество регистраций наблюдается в марте, конце апреля — начале мая и в августе.

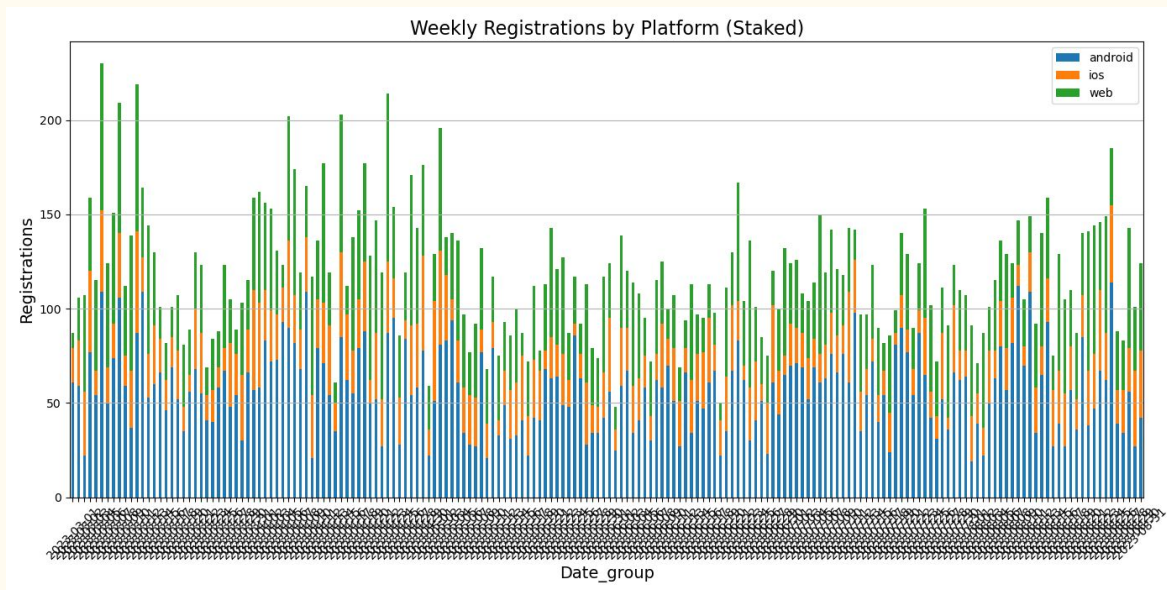
В среднем ежедневно регистрируется около 40 человек.



## 4.Статистика регистраций на сайте в зависимости от платформы

По количеству регистраций на сайте платформы можно разделить следующим образом:

1. Android
2. Web-платформы
3. IOS.

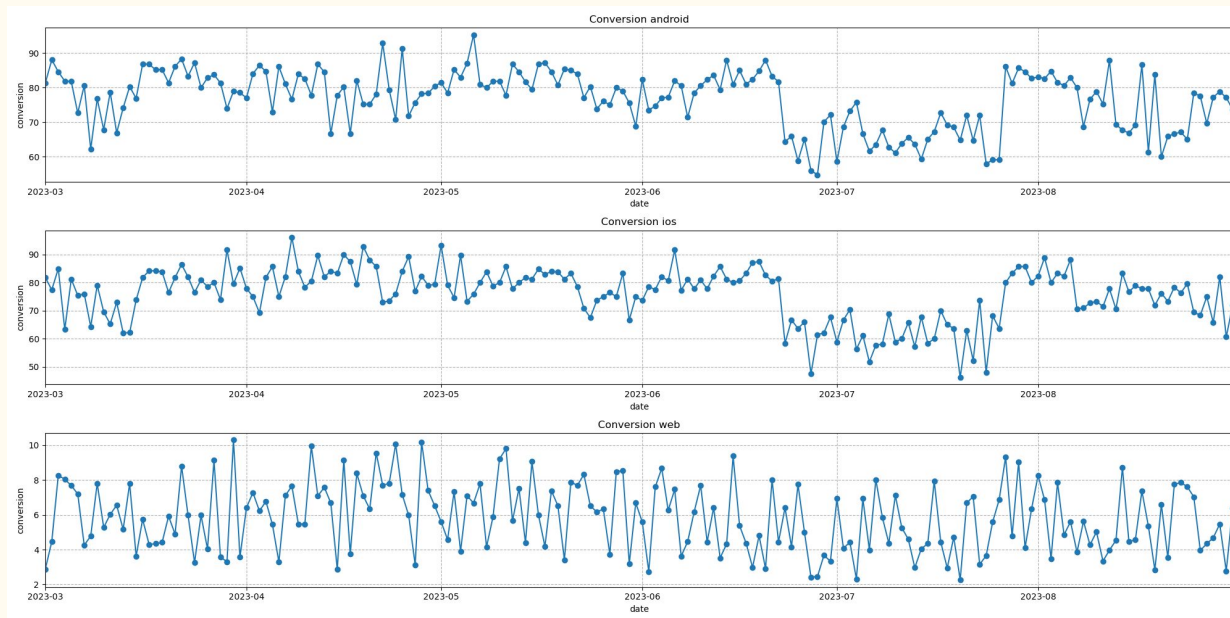


## 5.1.Ежедневные конверсии по платформам

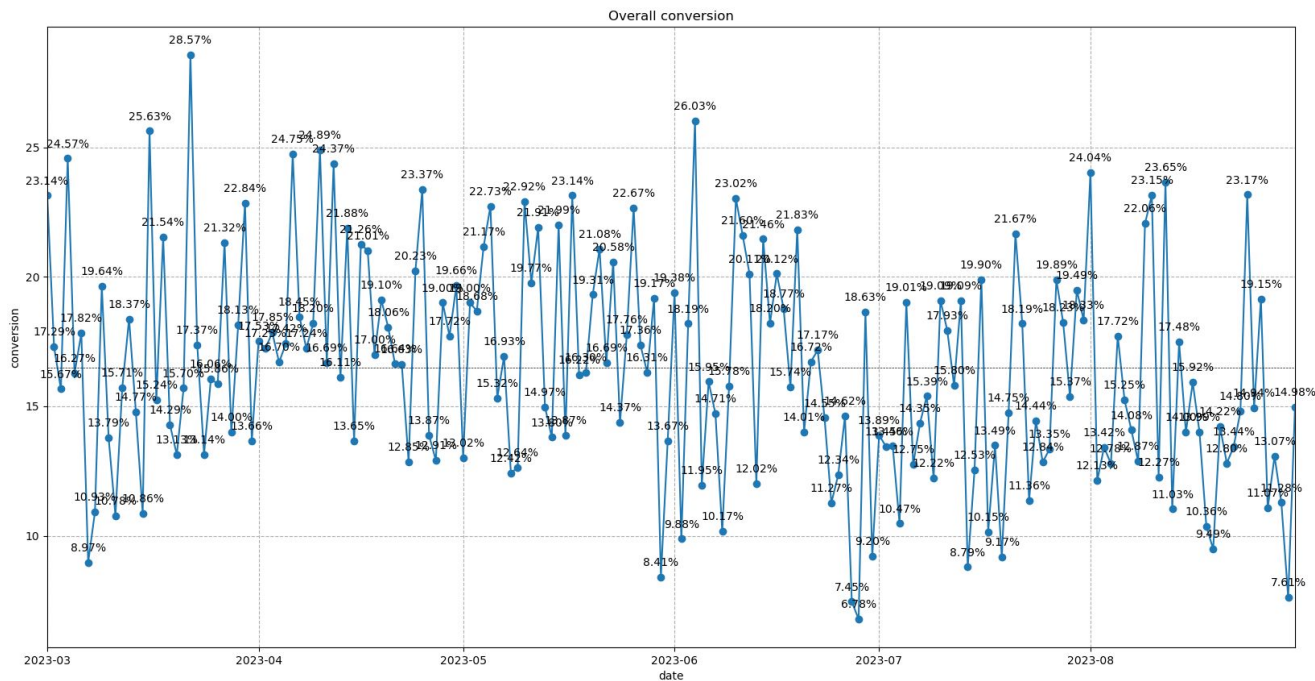
Лучшие конверсии  
показывает платформа  
Android.

Далее IOS и Web-  
платформы.

В июле по Android и IOS  
наблюдаются просадки.



## 5.2.Ежедневные конверсии по платформам: средняя конверсия составляет около 16%.





## 6. Визиты и регистрации на сайте по рекламным кампаниям

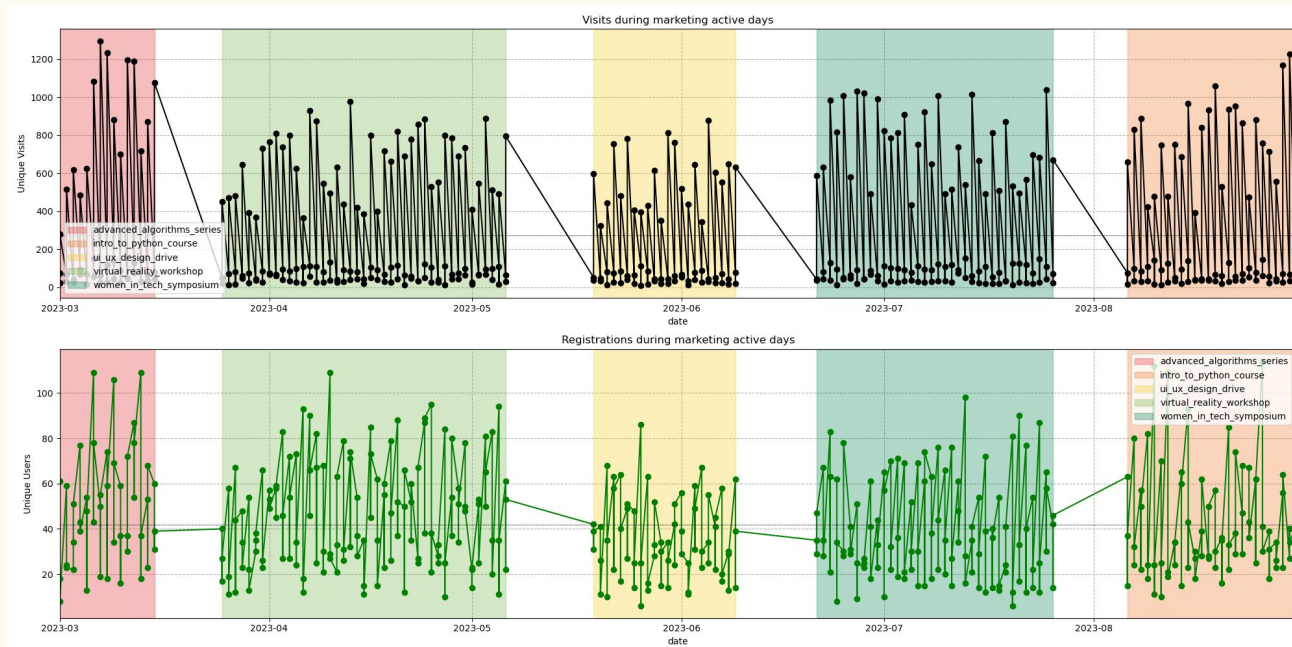
Наиболее посещаемыми стали следующие рекламные кампании:

1. Advanced\_algorithms\_series
2. Intro\_to\_python\_course
3. Women\_in\_tech\_symposium

Однако, по количеству регистраций, лучшие результаты показали:

1. Intro\_to\_python\_course
2. Advanced\_algorithms\_series
3. Virtual\_reality\_workshop

В периоды окончания рекламных кампаний количество визитов и регистраций на сайте сокращается.



## 7. Заключение

Анализ результатов рекламной кампании позволяет сделать несколько ключевых выводов:

1. В период проведения рекламных кампаний количество посещений сайта увеличивается. Основные посещения происходят через web-платформы. Необходимо проверить мобильное приложение, возможно наблюдаются сбои в его работе.
2. В период проведения рекламных кампаний увеличивается количество регистраций. Основной платформой является android. Возможно, стоит протестировать возможность регистраций через web-платформы и ios.
3. Средняя ежедневная конверсия составляет 16%. Конверсии через Android и IOS показывают лучшие результаты.
4. Рекламные кампании Advanced\_algorithms\_series, Intro\_to\_python\_course и Women\_in\_tech\_symposium привлекли больше посетителей сайта. По количеству регистраций, лучшие результаты показали: Intro\_to\_python\_course, Advanced\_algorithms\_series и Virtual\_reality\_workshop.

Проведение рекламных кампаний оказывает положительное влияние на посещение сайта и регистраций на нем.